

Hernando Salazar Palacio

**PERIO**

**DISM**

**O Y**

**ÉTICA**

**ICONO •**

## CONTENIDO

Introducción	13
I. Hacia una definición de ética y moral	21
II. Periodismo y ética	49
III. En busca del buen periodismo	83
IV. Construcción de confianza	97
V. El impacto en las audiencias	107
VI. Hacia los valores periodísticos	145
VII. Ética y ley	159
Referencias	171

## Introducción

Existen pocas actividades en el mundo con una relación tan estrecha con la ética como el periodismo, que tiene la difícil misión de comprender, interpretar y comunicar la realidad a miles de millones de personas.

Durante más de una década como catedrático de Deontología Periodística en la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá, he comparado la tarea de informar con el oficio de hacer pan. Y lo explico así: la audiencia espera que los periodistas —ya sea a través de los medios de comunicación o de las redes sociales— le entreguemos información verdadera, precisa y pertinente, así como cuando vamos a la panadería y confiamos en que nos vendan pan de buena calidad, que nos alimente y no nos intoxique.

En medio de situaciones como la hiperinformación y del auge de la posverdad<sup>1</sup>, en sociedades que han

---

<sup>1</sup> Posverdad es el nombre con el que se denomina el fenómeno mediante el cual ciertos actores —especialmente de carácter político— hacen circular mentiras, *fake news*, con apariencia de verdad, que se repiten de manera persistente en las redes sociales y los medios de comunicación. Esas *fake news* llegan a «validarse» como si fueran ciertas y producen resultados políticos y electorales. La posverdad quedó en evidencia en 2016 mediante hechos como el *brexit* en Gran Bretaña, la elección de Donald Trump a la Presidencia de Estados Unidos y el triunfo del No en el plebiscito convocado en Colombia para ratificar los acuerdos de paz con la guerrilla de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC).

perdido la confianza, que están alarmadas por fenómenos como el terrorismo y los conflictos armados no convencionales, y que siguen anhelando ser libres y democráticas, las personas necesitan información de calidad, que les dé luces en medio de la confusión. Y para eso debe estar el periodismo.

Sin embargo, desde los comienzos del siglo XXI hay una evidente crisis de credibilidad y confianza en los sistemas informativos, que se debe —en buena parte— a la falta de ética, lo cual es mucho más evidente en las redes sociales que nos bombardean a toda hora con todo tipo de mensajes, varios de ellos intencionalmente falsos y distorsionados.

Cuando se pone en tela de juicio el papel que desempeñan los periodistas y los medios de comunicación, este ensayo quiere llamar la atención de reporteros, editores y propietarios de empresas informativas sobre la ética como un ingrediente esencial e imprescindible del buen periodismo. De antemano reconozco la dificultad para llegar a un acuerdo sobre lo que significa «buen periodismo». Pero tengo claro que así como sin harina no se puede hacer pan, sin ética no se puede hacer buen periodismo, aquel que genera confianza y respeto.

Paradójicamente, cuando más abunda la información, escasea la verdad. Y ahí radica la importancia de los aportes que pueda hacer un periodismo de

calidad, ya sea a través de los medios masivos de comunicación, de los medios alternativos o de las redes sociales.

Es una reflexión sobre la misión de informar y los valores que los periodistas y los medios de comunicación deben tener en cuenta para hacer de manera adecuada su oficio.

Esta invitación a la ética no implica, en forma alguna, un llamado a ejercer un periodismo tibio, acrítico, aburrido, acartonado, lento, timorato, apegado a los boletines y comunicados de prensa de las fuentes o cómplice de los abusos que cometen los gobiernos, los poderes públicos, los conglomerados económicos y financieros, las iglesias, los partidos políticos, los grupos de interés, las mafias, las bandas armadas, o cualquier persona u organización.

Por el contrario, es una invitación a que los periodistas mantengamos la pasión por informar, pero no a cualquier precio, y a que evaluemos con frecuencia los métodos utilizados y pensemos en las consecuencias que podemos generar con lo que le entregamos al público. Se trata de que el periodismo sea vigilante y crítico, capaz de ver e informar sobre toda la realidad, que nunca pierda la capacidad de escuchar, que no salga a la calle a validar preconceptos, prejuicios o percepciones construidas en las salas de redacción, sino que busque genuinamente la verdad, que no calle, que no estigmatice y que

no caiga en la vía fácil del «infotainment», ese coctel tóxico de la prensa *light*, que distrae y privilegia el entretenimiento sobre la información fundamental para que los ciudadanos tomen decisiones. Se trata de promover el ejercicio de un periodismo responsable y respetable, en lugar de un periodismo ligero e intimidante.

Con este trabajo se intenta sistematizar las enseñanzas de muchos maestros, estudiosos y organizaciones profesionales que han indagado por la ética periodística y su aplicación a lo largo de muchos años.

Mi trayectoria en una docena de medios de comunicación, tanto en prensa escrita, radio, televisión, como en periodismo digital, que van desde la Agencia Colombiana de Noticias Colprensa hasta el servicio mundial de la British Broadcasting Corporation (BBC), me ha demostrado que el prestigio profesional depende más de la rectitud e integridad de cada persona que del nombre del medio para el cual se trabaje.

Obviamente, el hecho de trabajar o publicar contenidos en un medio de comunicación con buena reputación le ayuda al reportero, pero no es suficiente. Cada periodista, a la hora de ejercer su oficio, debe ganarse la confianza y el respeto de las fuentes de información y de la audiencia, más allá del número de seguidores que tenga en las redes sociales o de la cantidad de *likes* que generen sus publicaciones en las redes sociales.

Con este ensayo se quiere generar una discusión sobre cómo los periodistas y los medios de comunicación nos relacionamos todo el tiempo con la ética y resolvemos los dilemas éticos que enfrentamos día a día. Me refiero a las disyuntivas frente a los intereses y presiones de las fuentes, los anunciantes, los propietarios de los medios, las autoridades u otros factores de poder. Me refiero a las exigencias por informar rápido, pese a que no tengamos plenas certezas; a las maneras de lidiar con la vida privada de los demás y de interpretar qué es el interés público; a las ofertas de disimular la publicidad como si fuera información; a los pagos por debajo de la mesa; a las formas de combinar nuestro trabajo en los medios y en otras actividades, o de administrar nuestra vida profesional frente a nuestras militancias en partidos políticos, organizaciones religiosas, filosóficas o sociales.

Es el fruto de mi experiencia como periodista y editor durante más de tres décadas en medios escritos, televisivos, radiales y digitales, pero también del diálogo y el aprendizaje permanente con mis alumnos y colegas.

Una convocatoria a la individualidad de los periodistas, pues pretende decirles que cuando trabajen en medios de comunicación o redes sociales no actúen como si fueran poleas inconscientes de una gran maquinaria, sino que usen su inteligencia, se esfuercen

por hacer bien su oficio y se preocupen por marcar diferencias con los demás. Que si otros periodistas, reporteros o editores violan la ética, ellos, en cambio, la pueden respetar y, al mismo tiempo, conservar su empleo, sin necesidad de hacer actos heroicos. Es lo que dos autores italianos, Gianfranco Bettetini y Armando Fumagalli (2001, p. 301), denominan la «ética de la acción responsable».

Estoy de acuerdo con Bettetini y Fumagalli cuando sostienen que «si yo robo o roba otro no es lo mismo: solo en el primer caso yo me convierto en ladrón. Si el que miente soy yo o es otro, solo en el primer caso yo me convierto en un mentiroso».

Esta es una reflexión crítica que no parte de observar la realidad en blanco y negro, sino que reconoce la gran cantidad de matices y dificultades para ejercer el periodismo que hay en sociedades globalizadas y bombardeadas por todo tipo de información. Y es también una exhortación a los periodistas y los medios de comunicación a que seamos capaces de reflejar esos matices en nuestros productos y nos podamos acercar, así, a la excelencia profesional.

La ausencia de matices cuando describimos la realidad nos hace caer a los periodistas en los simplismos que tanto nos critican los académicos, los científicos e, incluso, la gente del común que nos lee, nos escucha o nos ve. Esos rasgos periodísticos son mentirosos porque



son imprecisos y pretenden imponer categorías caprichosas entre la audiencia.

Al mismo tiempo, se debe matizar el análisis ético del trabajo periodístico y de los medios de comunicación, que es tremendamente complejo. Esto no quiere decir que pretendan relativizarse ni eludirse las responsabilidades de los reporteros, los columnistas, los editores y los empresarios de la comunicación.

El tema que nos ocupa no es solo una cuestión de forma, de cómo ejercemos el oficio los periodistas y los comunicadores sociales el oficio, sino, sobre todo, de fondo, de cuál es el papel que asumimos frente a la sociedad y frente a nuestros empleadores o socios de turno. Todo esto tiene que ver con la búsqueda y aplicación de las reglas morales relacionadas con el periodismo, es decir, con la deontología y, por supuesto, con la ética profesional, que se ocupa de los fines de la profesión y formula recomendaciones, como lo anotan J. L. Fernández y A. Hortal (Gozálvez y Conill, 2004, p. 66). Esa ética no solo tiene que ver con los periodistas, sino con los propietarios de los medios de comunicación, que también son responsables por lo que publican y difunden sus empresas.

Mi pretensión es hacer un llamamiento a la auto-crítica, aunque de antemano sé cuánto nos cuesta a los periodistas, a los editores y a los propietarios de los medios mirarnos al espejo, reconocer nuestros errores

y someternos al escrutinio público. Por desgracia, muchas veces creemos y asumimos, de manera equivocada, que la libertad de prensa y expresión, que es básica en cualquier democracia, nos da «patente de corso» para hacer lo que queramos. Y eso es inaceptable en un sistema democrático en el cual se respetan las libertades y los derechos de todos.

Es importante anotar que la ética nos da parámetros y referentes para reflexionar y decidir, pero no es, ni mucho menos, una disciplina con fórmulas que arrojan resultados exactos. Cada caso debe examinarse por separado y a la luz de sus propias circunstancias. Y esa evaluación no arroja conclusiones unánimes. En ese proceso, la reflexión ética sirve para prender alarmas, que nos avisan si está ocurriendo algo que puede ser indebido y reprochable, como cuando se encienden ciertas luces en el tablero de la cabina de un avión y los pilotos pueden tomar los correctivos para evitar que la aeronave se eche a perder.